

CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG (POHE)

CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH THƯƠNG MẠI

(ban hành kèm theo Quyết định số 01/QĐ-ĐHKTQĐ ngày 03/01/2017)

1. Tên Chương trình đào tạo

a. Tên tiếng Việt: QUẢN TRỊ KINH DOANH THƯƠNG MẠI THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG (POHE)

b. Tên tiếng Anh: **COMMERCIAL BUSINESS MANAGEMENT(POHE)**

Căn cứ: theo tên chương trình đào tạo đã được ban hành theo Quyết định của Hiệu trưởng.

2. Trình độ đào tạo: Đại học

3. Yêu cầu về kiến thức:

a. Kiến thức cơ bản:

Cử nhân Chuyên ngành QTKD Thương mại theo định hướng ứng dụng được học tập và nghiên cứu đầy đủ kiến thức và kỹ năng kinh doanh để thành công ở cả thị trường trong nước và thị trường quốc tế. Cử nhân QTKD Thương mại được trang bị các kiến thức cơ bản, hiện đại về kinh tế, quản lý và xã hội nhân văn; các kiến thức toàn diện và có hệ thống về quản trị kinh doanh thương mại hàng hóa, thương mại dịch vụ, đầu tư thương mại và sở hữu trí tuệ trong môi trường hội nhập. Được thực hành các nghiệp vụ kinh doanh thương mại theo chuẩn mực quốc tế và tổ chức hoạt động kinh doanh thương mại tại các doanh nghiệp bài bản, khoa học. Hình thành kiến thức chuyên môn sâu về kinh doanh thương mại khi gắn học lý thuyết với hoạt động nghề nghiệp trong môi trường trải nghiệm thực tiễn.

b. Kiến thức chuyên sâu:

Cử nhân QTKD Thương mại theo định hướng ứng dụng được trang bị hệ thống kiến thức toàn diện về quản trị kinh doanh thương mại theo chức năng; tổ chức các nghiệp vụ bảo đảm yếu tố vật chất cho sản xuất, tiêu thụ sản phẩm ở các doanh nghiệp sản xuất; tạo nguồn, mua bán hàng hóa ở các doanh nghiệp thương mại. Kiến thức nền chuyên sâu bao gồm: Lý thuyết cổ điển và lý thuyết hiện đại về kinh doanh thương mại trong nước và quốc tế; Xây dựng và tổ chức thực hiện chiến lược, kế hoạch kinh doanh của doanh nghiệp; Quản trị nghiệp vụ kinh doanh thương mại; Điều tra nghiên cứu và dự báo thị trường; Tổ chức các quan hệ kinh tế trong hoạt động thương mại; Giao dịch đàm phán kinh doanh; tổ chức tạo nguồn hàng hóa, dịch vụ và bán hàng ở doanh nghiệp thương mại và Quản trị hậu cần, Quản trị tiêu thụ sản phẩm ở các doanh nghiệp sản xuất; kiến thức nghiệp vụ về dự trữ và bảo quản hàng hóa; các nghiệp vụ marketing; nghiệp vụ giao nhận, vận chuyển và thống kê, kế toán thương mại. Các môn học chính của chuyên ngành bao gồm: Kinh tế Thương mại; Kinh doanh thương mại; Kinh doanh Logistisc; Giao dịch và đàm phán kinh doanh; Thương mại điện tử; Thương mại quốc tế; Quản trị doanh nghiệp thương mại, Nghiệp vụ xuất nhập khẩu, Nghiệp vụ mua bán hàng hóa...

4. Yêu cầu về kỹ năng:

a. Kỹ năng cứng

Nắm vững và vận dụng thành thạo các kiến thức chuyên môn trong hoạt động thương mại. Thành thạo các kỹ năng nghiệp vụ để đáp ứng yêu cầu công việc quản trị kinh doanh

trong lĩnh vực thương mại như: Kỹ năng phân tích, tổng hợp; Sử dụng các mô hình, phương pháp nghiên cứu dự báo các vấn đề liên quan đến lĩnh vực thương mại; kỹ năng giao dịch, đàm phán, soạn thảo, ký kết và tổ chức thực hiện hợp đồng kinh tế thương mại. Thành thạo trong thực hiện các nghiệp vụ kinh doanh thương mại, Quản trị tác nghiệp; kỹ năng khai thác cơ hội cũng như thích nghi nhanh chóng với sự thay đổi của môi trường kinh doanh. Hình thành năng lực tổ chức bộ máy, vận hành tổ chức và quản lý bộ phận khi được giao chức trách quản lý.

b. Kỹ năng mềm

Cử nhân Chuyên ngành Quản trị kinh doanh Thương mại thành thạo kỹ năng soạn thảo văn bản theo các qui chuẩn; có năng lực diễn thuyết, trình bày với khả năng thuyết phục tốt. Học tập để có kỹ năng tranh luận, phản biện các vấn đề một cách khoa học, tự tin, làm chủ tình huống và tạo hình ảnh thân thiện. Cử nhân chuyên ngành Quản trị Kinh doanh thương mại có năng lực làm việc theo nhóm và năng lãnh đạo thực hành công việc chuyên môn, phát triển nhân viên, năng lực điều phối và xử lý vấn đề. Có khả năng thích ứng và linh hoạt khi đối diện với những thách thức và thay đổi trong môi trường làm việc, có năng lực đánh giá các cơ hội để điều chỉnh bản thân, khả năng kiểm soát, tự điều chỉnh và giải quyết vấn đề một cách logic và có hệ thống. Vận dụng sáng tạo và linh hoạt các kiến thức và kỹ năng vào thực tiễn công việc. Kỹ năng tự nghiên cứu, tự học tập để nâng cao năng lực thực thi công vụ.

Sử dụng thành thạo tiếng Anh trong giao tiếp và công việc. Sử dụng thành thạo tin học văn phòng.

5. Yêu cầu về thái độ

- Cử nhân QTKD Thương mại có phẩm chất, tư cách đạo đức tốt, tự giác tuân thủ và tôn trọng pháp luật và có sức khỏe tốt.

- Hiểu rõ trách nhiệm xã hội của doanh nhân và trách nhiệm nghề nghiệp. Tôn trọng đồng nghiệp và khách hàng.

- Làm việc với tác phong chuyên nghiệp và tích cực, chủ động thích nghi trong môi trường làm việc đa văn hóa và hội nhập.

- Tinh thần tự lực, tự cường, tự chịu trách nhiệm. Cập nhật kiến thức và sáng tạo trong công việc. Ý thức chủ động công việc và trách nhiệm tạo việc làm cho người khác.

6. Vị trí làm việc sau khi tốt nghiệp

Cử nhân QTKD Thương mại theo định hướng nghề nghiệp làm việc tại các doanh nghiệp trong và ngoài nước; tại các cơ quan đại diện thương mại Việt Nam và quốc tế; tại các viện nghiên cứu, trường đại học, cao đẳng về kinh tế và quản trị kinh doanh. Cụ thể, sinh viên sau khi tốt nghiệp có thể giữ những vị trí sau:

- Cán bộ kinh doanh, quản trị kinh doanh ở các DN
- Làm việc tại các cơ quan đại diện thương mại Việt Nam ở nước ngoài và các Tổ chức thương mại quốc tế.
- Cán bộ nghiên cứu, giảng viên về lĩnh vực thương mại tại các Viện nghiên cứu, các trường đại học, cao đẳng.
- Cán bộ tư vấn thương mại ở các trung tâm tư vấn.

- Tự thành lập doanh nghiệp hoặc tự tổ chức kinh doanh.

7. Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi tốt nghiệp

- Có thể học tập, nghiên cứu ở cấp độ cao hơn để nhận học vị Thạc sĩ, Tiến sĩ, Quản trị kinh doanh.

- Có khả năng học liên thông, liên ngành và bằng đại học thứ hai ở các ngành, chuyên ngành Kinh tế, quản trị kinh doanh khác.

- Có tư duy và phương pháp nghiên cứu khoa học độc lập, sáng tạo; có năng lực tự đào tạo bồi dưỡng để bổ sung kiến thức theo yêu cầu công việc.

8. Các chương trình, tài liệu, chuẩn quốc tế tham khảo

8.1 CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO CỬ NHÂN THƯƠNG MẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC MONASH, ÚC (MONASH UNIVERSITY, AUSTRALIA)

Structure

The course has three main components:

- a set of core units which provide an introduction to the key areas of commerce
- an eight unit major (this primary major must be selected from majors available on the Clayton campus and all units taken as part of this major must be from the Clayton campus)
- eight open electives which may be taken from any Faculty of Business and Economics programs and campuses, or from disciplines offered by another faculty. These open electives can, in some cases, form a second major.

Areas of study

- [Accounting](#)
- [Actuarial studies](#)
- [Business modelling](#)
- [Econometrics and business statistics](#)
- [Economics](#)
- [Finance](#)
- [Financial and insurance mathematics](#)
- [International commerce](#)
- [Management studies](#)
- [Marketing](#)
- [Philosophy and politics](#)
- [Sustainability](#)

Requirements

Students must complete 24 units over a maximum of eight years as follows:

(a.) 16 units (96 points) from the faculty in the Bachelor of Commerce at the Clayton campus as follows:

(i.) six compulsory common core units (36 points):

- [ACC1000](#) Principles of accounting and finance
- [BTC1110](#) Business law
- [ECC1000](#) Principles of microeconomics
- [ETC1000](#) Business and economic statistics
- [MGC1010](#) Introduction to management
- [MKC1200](#) Principles of marketing

(ii.) a major of eight units (48 points):*

- the major must come from the approved majors listed under 'Areas of study'
 - at least two units (12 points) must be completed at each of second and third-year levels
- * Note: One or more of the units in the major may have already been studied as part of the group of common core units - where this is the case, students must complete additional unit/s as detailed below.

(iii.) additional units from the faculty in the Bachelor of Commerce at the Clayton campus to reach the required minimum of 16 units (96 points)

(b.) eight open electives (48 points):

- may be taken from disciplines offered by another faculty
- may be taken from any Faculty of Business and Economics programs and campuses.**

Elective units can be identified using the [browse units tool](#) in the current edition of the handbook. The level of the unit is indicated by the first number in the unit code; undergraduate units are those that commence with the numbers 1-3.

**Note: Enrolment in units at another campus is subject to there being capacity after students from that campus have enrolled.

Additional degree requirements:

- a maximum of 10 first-year level units (60 points)
- a minimum of six third-year level units (36 points), of which at least four units (24 points) must be from those offered by the faculty at the Clayton campus
- in addition to specific unit prerequisites, second-year level units require the successful completion of three first-year level units and third-year level units require the successful completion of two second-year level units.

Award(s)

Bachelor of Commerce.

8.2 CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO CỬ NHÂN THƯƠNG MẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC NOVANCIA, PHÁP

The Bachelor programme of Novancia

The Bachelor programme of Novancia is centred around 5 learning goals, comprising the acquisition of both general and management-specific knowledge and skills. They are as follows:

- Have a global understanding of key issues confronting corporate development from regional to international levels
- Collect, process and analyse information effectively in order to acquire problem-solving skills

- Discover and develop personal traits and characteristics to nurture ethically-based professional behaviour
- Acquire the core aspects of management theory and practice in finance, marketing, negotiation and entrepreneurship
- Learn to be autonomous, ethically aware and committed in accordance with Paris Chamber of Commerce values

The Bachelor : curricula in English

- [General information](#)
- [Year 2 - Spring semester \(semester 4\)](#)
- [Year 3 - Fall semester \(semester 5\)](#)
- [Year 3 - Spring semester \(semester 6\)](#)

General Information

How to choose courses

IMPORTANT : students are not allowed to make a course change after classes have begun

- You may select only one course per unit.
- In units comprising several courses, please note that all the courses are scheduled to run concurrently.
- Certain courses are offered **with or without a project**: “sales and negotiation”, “intercultural communication”, “communication policy”, “distribution policy”, “international marketing”, “the US of Europe”, “China” and “approche culturelle du bloc BRICA”.
Please specify whether the course you have chosen is with or without a project.
- **For units 2.1 to 2.4, 3.1 to 3.4 and 3.14 to 3.17**
The language of the courses chosen must be consistent: the student must choose to do all the courses in English or all in French

Teaching and evaluation methods

Teaching methods and evaluation Methods at **Novancia** can be different than the ones you are used to in your home university.

At **Novancia**, courses are usually divided in blocks of 3 hours and the course length is either 15 hours (5 blocks of 3 hours) or 30 hours (10 blocks of 3 hours).

Courses require an active participation of students and a lot of work is done in groups. Students will have to do assignments and hand in written reports or do oral presentations in class. Role plays, negotiation games can also be part of the course.

Novancia uses the European ECTS system, 1 ECTS corresponds to around 25 and 30 hours of work (class attendance and personal work).

For every course there will be an assessment within the course program, no separate examination period is planned. Assessment can be based on the work during class as well (assignments, oral presentations, reports, class participation) but a final exam is usually part of the course.

Plagiarism

Plagiarism – intentionally representing the words, ideas, or sequence of ideas of another as one’s own in any academic exercise; failure to attribute any of the following: quotations, paraphrases, or borrowed information.

To avoid plagiarism, you must give credit whenever you use

- another person’s idea, opinion, or theory
- any facts, statistics, graphs, drawings – any pieces of information – that are not common knowledge
- quotations of another person’s actual spoken or written words
- or paraphrase of another person’s spoken or written words

Spring Semester (Semester 4) – 2nd year

3rd February – 28th May 2014

[FR] Courses taught in French

[EN] Courses taught in English

- **IMPORTANT** : students are not allowed to make a course change after classes have begun
- **For units 2.1 to 2.4**
The language of the courses chosen must be consistent: the student must choose to do all the courses in English or all in French

Modules	Contact hours	Projects	US credits	ECTS credits	Syllabi [PDF]
Unit 2.1					
2.1.1 Macro-economics ^[EN]	15		1	1	syllabi
2.1.2 Macro-économie ^[FR]	15		1	1	syllabi
Unit 2.2					
2.2.1 Applied analysis ^[EN] (only for students enrolled in Macro-economics)	15		1	2	syllabi
2.2.2 Analyse sectorielle appliquée ^[FR] (only for students enrolled in Macro-economics)	15		1	2	syllabi
Unit 2.3					
2.3.1 Financial analysis ^[EN] (a minimum of 20 international students is required for course to open)	30		2	3	syllabi
Unit 2.4					
2.4.1 Sales and negotiation (with project) ^[EN]	30	15	3	4	syllabi
2.4.2 Sales and negotiation (without project) ^[EN]	30		1	2	syllabi
2.4.3 Vente et négociation (sans projet) ^[FR]	30		1	2	syllabi
Unit 2.5					
2.5.1 Intercultural seminar 1 week international and intercultural seminar on the theme of Innovation and territories	30		1	2	syllabi

Modules	Contact hours	Projects	US credits	ECTS credits	Syllabi [PDF]
Unit 2.6					
2.6.1 French as a foreign language	30		2	4	syllabi
Unit 2.7					
2.7.1 Management and cost control ^[EN]	30		2	4	syllabi
2.7.2 Economics and international finance ^[EN]	30		2	4	syllabi
2.7.3 International business development ^[EN]	30		2	4	syllabi
2.7.4 Intercultural communication (with project) ^[EN]	30	15	3	6	syllabi
2.7.5 Intercultural communication (without project) ^[EN]	30		2	4	syllabi
2.7.6 Politique de communication ^[FR]	30		2	4	syllabi
Unit 2.8					
2.8.1 Communication policy (with project) ^[EN]	30	15	3	6	syllabi
2.8.2 Communication policy (without project) ^[EN]	30		2	4	syllabi
2.8.3 Distribution policy (with project) ^[EN]	30	15	3	6	syllabi
2.8.4 Distribution policy (without project) ^[EN]	30		2	4	syllabi
2.8.5 Politique de distribution ^[FR]	30		2	4	syllabi
2.8.6 Introduction to stock markets ^[EN]	30		2	4	

Modules	Contact hours	Projects	US credits	ECTS credits	Syllabi [PDF]
					syllabi
2.8.7 Contrôle des coûts ^[FR]	30		2	4	syllabi
2.8.8 Entrepreneurship in international contexts (with project) ^[EN]	30	15	3	6	syllabi
2.8.9 Entrepreneurship in international contexts (without project) ^[EN]	30		2	4	syllabi
Unit 2.9					
2.9.1 International Marketing (with project) ^[EN]	30	15	3	6	syllabi
2.9.2 International Marketing (without project) ^[EN]	30		2	4	syllabi
2.9.3 Marketing international ^[FR]	30		2	4	syllabi
2.9.4 Entrepreneurial culture ^[EN]	30		2	4	syllabi
2.9.5 Culture entrepreneuriale ^[FR]	30		2	4	syllabi
Unit 2.10					
2.10.1 The US of Europe (with project) ^[EN]	30	15	3	6	syllabi
2.10.2 The US of Europe (without project) ^[EN]	30		2	4	syllabi
2.10.3 China (with project) ^[EN]	30	15	3	6	syllabi
2.10.4 China (without project) ^[EN]	30		2	4	syllabi
2.10.5 Approche interculturelle du bloc BRICA (avec projet) ^[FR]	30	15	3	6	syllabi

Modules	Contact hours	Projects	US credits	ECTS credits	Syllabi [PDF]
2.10.6 Approche interculturelle du bloc BRICA (sans projet) ^[FR]	30		2	4	syllabi
2.10.7 ICT and global manager ^[EN]	30		2	4	syllabi
2.10.8 Developpement des entreprises à l'international ^[FR]	30		2	4	syllabi

[Return to Top of Page](#)

Fall Semester (Semester 5) – 3rd year

September – December 2013

[FR] Courses taught in French

[EN] Courses taught in English

- **IMPORTANT** : students are not allowed to make a course change after classes have begun
- **For units 3.1 to 3.4**

The language of the courses chosen must be consistent: the student must choose to do all the courses in English or all in French

Modules	Contact hours	Projects	US credits	ECTS credits	Syllabi [PDF]
Unit 3.1					
3.1.1 Strategy analysis ^[EN]	30		2	3	syllabi
3.1.2 Macro-économie ^[FR]	30		2	3	syllabi
3.1.3 Strategy analysis ^[EN] Sex and the city and Europe ^[EN]	30 20		3	5	syllabi
3.1.4 Strategy analysis ^[EN] Economic Intelligence ^[EN]	30 20		3	5	syllabi
Unit 3.2					
3.2.1 Business plan-finance ^[EN]	30		2	3	syllabi

Modules	Contact hours	Projects	US credits	ECTS credits	Syllabi [PDF]
3.2.2 Business plan financier ^[FR]	30		2	3	syllabi
Unit 3.3					
3.3.1 Ethics and sustainable development (with project) ^[EN]	30	15	3	5	syllabi
3.3.2 Ethics and sustainable development (without project) ^[EN]	30		2	3	syllabi
3.3.3 Ethique et développement durable ^[FR]	30		2	3	
Unit 3.4					
3.4.1 Humanitarian actions in the French economy ^[EN]	15		1	2	syllabi
3.4.2 Enjeux humanitaires dans l'économie française ^[FR]	15		1	2	syllabi
Unit 3.5					
3.5.1 International business law ^[EN]	30		2	3	syllabi
Unit 3.6					
3.6.1 Human resource management ^[EN]	30		2	3	syllabi
3.6.2 GRH ^[FR]	30		2	3	syllabi
Unit 3.7					
3.7.1 French as a foreign language	30		2	3	syllabi
Unit 3.8					
3.8.1 Economic intelligence ^[EN]	20		1	2	syllabi

Modules	Contact hours	Projects	US credits	ECTS credits	Syllabi [PDF]
3.8.2 Media & société ^[FR]	20		1	2	syllabi
3.8.3 Sex and the city and Europe ^[EN]	20		1	2	syllabi
3.8.4 Sociologie ^[FR]	20		1	2	syllabi
3.8.5 Géopolitique ^[FR]	20		1	2	syllabi
Unit 3.9					
3.9.1 Intelligence économique ^[FR]	20		1	2	syllabi
3.9.2 Geopolitics ^[EN]	20		1	2	syllabi
3.9.3 Media & society ^[EN]	20		1	2	syllabi
3.9.4 Médias et Société ^[FR]	20		1	2	syllabi
3.9.5 Sociologie ^[FR]	20		1	2	syllabi
Unit 3.10					
3.10.1 International & intercultural management ^[EN]	30		2	4	syllabi
3.10.2 International & intercultural management ^[EN] Geopolitics ^[EN]	30 20		3	6	syllabi
3.10.3 International & intercultural management ^[EN] Media and Society ^[EN]	30 20		3	6	syllabi
3.10.4 Marketing des affaires ^[FR]	30		2	4	syllabi

Modules	Contact hours	Projects	US credits	ECTS credits	Syllabi [PDF]
3.10.5 Innovation ^[FR]	30		2	4	syllabi
Unit 3.11					
3.11.1 Business Marketing ^[EN]	30		3	6	syllabi
3.11.2 Réseaux et entrepreneurs ^[FR]	30		2	4	syllabi
Unit 3.12					
3.12.1 Innovation (with project) ^[EN]	30	15	3	6	syllabi
3.12.2 Innovation (without project) ^[EN]	30		2	4	syllabi
3.12.3 Comptabilité anglo-saxonne ^[FR]	30		2	4	syllabi
3.12.4 Gestion des marques ^[FR]	30		2	4	syllabi
3.12.5 Major world region (South East Asia) ^[EN]	30		2	4	syllabi
3.12.6 Major world region (South East Asia) ^[EN] Geopolitics ^[EN]	30 20		3	6	syllabi
3.12.7 Major world region (South East Asia) ^[EN] Media and Society ^[EN]	30 20		3	6	syllabi
Unit 3.13					
3.13.1 Financial engineering ^[EN]	30		2	4	syllabi

Modules	Contact hours	Projects	US credits	ECTS credits	Syllabi [PDF]
3.13.2 International and intercultural management ^[EN]	30		2	4	syllabi
3.13.3 Ingénierie financière ^[FR]	30		2	4	syllabi

[Return to Top of Page](#)

Spring Semester (Semester 6) – 3rd year

January – June 2014

[FR] Courses taught in French

[EN] Courses taught in English

- **IMPORTANT** : students are not allowed to make a course change after classes have begun
- **For units 3.14 to 3.17**
The language of the courses chosen must be consistent: the student must choose to do all the courses in English or all in French
- **IMPORTANT** : students are not allowed to make a course change after classes have begun
- **For units 3.14 to 3.17**
The language of the courses chosen must be consistent: the student must choose to do all the courses in English or all in French

Modules	Contact hours	Projects	US credits	ECTS credits	Syllabi [PDF]
Unit 3.14					
3.14.1 People management ^[EN]	30		2	3	syllabi
3.14.2 Management des hommes ^[FR]	30		2	3	syllabi
Unit 3.15					
3.15.1 Business game ^[EN]	20		1	2	syllabi
3.15.2 Jeu d'entreprise ^[FR]	20		1	2	syllabi

Modules	Contact hours	Projects	US credits	ECTS credits	Syllabi [PDF]
Unit 3.16					
3.16.1 National and international business development ^[EN]	45		3	4	syllabi
3.16.2 Business plan financier ^[FR]	45		3	4	syllabi
Unit 3.17					
3.17.1 Research Methodology ^[EN] (if you do an Internship in France)	15		1	1	syllabi
3.17.2 Méthodologie de la recherche ^[FR] (si vous faites un stage en France)	15		1	1	syllabi
Unit 3.18					
3.18.1 French as a foreign language	30		2	3	syllabi
Unit 3.19					
3.19.1 Design, outlets & merchandising ^[EN]	30		2	4	syllabi
3.19.2 Stratégie multicanal et e-commerce ^[FR]	30		2	4	syllabi
3.19.3 Évaluation d'entreprise ^[FR]	30		2	4	syllabi
3.19.4 Accompagnement de projet ^[FR]	30		2	4	syllabi
Unit 3.20					
3.20.1 Business developpement ^[FR]	30		2	4	syllabi
3.20.2 Design, point de vente et merchandising ^[FR]	30		2	4	syllabi

Modules	Contact hours	Projects	US credits	ECTS credits	Syllabi [PDF]
3.20.3 Cultural marketing ^[EN]	20		2	4	syllabi
3.20.4 Stratégie multicanal et e-commerce ^[FR]	20		2	4	syllabi
3.20.5 International relations ^[EN]	20		2	4	syllabi
Unit 3.21					
3.21.1 Grandes régions du monde (ALENA) ^[FR]	20		2	4	syllabi
3.21.2 Fiscalité ^[FR]	20		2	4	syllabi
3.21.3 Accompagnement de projet ^[FR]	20		2	4	syllabi
3.21.4 Multi-channel strategy and e-business ^[EN]	20		2	4	syllabi
To be agreed with the Academic Partner					
Job hunting techniques	15			1	
Immersion professionnelle : Internship and research paper or “monographie sectorielle”				8	